

Projet de Fin d'Etudes

**Habiter et marché immobilier :
La part de l'affectif dans les transactions
immobilières**



2011-2012

**Directeur de recherche
MARTOUZET Denis**

**DAIGNAN Clément
GOULET Bastien**

AVERTISSEMENT

Cette recherche a fait appel à des lectures, enquêtes et interviews. Tout emprunt à des contenus d'interviews, des écrits autres que strictement personnel, toute reproduction et citation, font systématiquement l'objet d'un référencement.

L'auteur (les auteurs) de cette recherche a (ont) signé une attestation sur l'honneur de non plagiat.

FORMATION PAR LA RECHERCHE ET PROJET DE FIN D'ETUDES

La formation au génie de l'aménagement, assurée par le département aménagement de l'Ecole Polytechnique de l'Université de Tours, associe dans le champ de l'urbanisme et de l'aménagement, l'acquisition de connaissances fondamentales, l'acquisition de techniques et de savoir faire, la formation à la pratique professionnelle et la formation par la recherche. Cette dernière ne vise pas à former les seuls futurs élèves désireux de prolonger leur formation par les études doctorales, mais tout en ouvrant à cette voie, elle vise tout d'abord à favoriser la capacité des futurs ingénieurs à :

- Accroître leurs compétences en matière de pratique professionnelle par la mobilisation de connaissances et techniques, dont les fondements et contenus ont été explorés le plus finement possible afin d'en assurer une bonne maîtrise intellectuelle et pratique,
- Accroître la capacité des ingénieurs en génie de l'aménagement à innover tant en matière de méthodes que d'outils, mobilisables pour affronter et résoudre les problèmes complexes posés par l'organisation et la gestion des espaces.

La formation par la recherche inclut un exercice individuel de recherche, le projet de fin d'études (P.F.E.), situé en dernière année de formation des élèves ingénieurs. Cet exercice correspond à un stage d'une durée minimum de trois mois, en laboratoire de recherche, principalement au sein de l'équipe Ingénierie du Projet d'Aménagement, Paysage et Environnement de l'UMR 6173 CITERES à laquelle appartiennent les enseignants-chercheurs du département aménagement.

Le travail de recherche, dont l'objectif de base est d'acquérir une compétence méthodologique en matière de recherche, doit répondre à l'un des deux grands objectifs :

- Développer tout une partie d'une méthode ou d'un outil nouveau permettant le traitement innovant d'un problème d'aménagement
- Approfondir les connaissances de base pour mieux affronter une question complexe en matière d'aménagement.

REMERCIEMENTS

Notre reconnaissance va à toutes les personnes qui nous ont encadrés, suivi et soutenu lors de la réalisation de ce projet de recherche.

A cet effet, nous remercions tout d'abord Denis MARTOUZET pour son écoute, ses conseils et son suivi précieux tout au long de la réalisation de ce PFE.

Nous tenons également à remercier les personnes interrogées lors de nos entretiens. Un grand merci à eux pour leur disponibilité, leur gentillesse et leur spontanéité qui nous ont permis d'illustrer nos propos.

Merci à tous.

Habiter et marché immobilier :

La part de l'affectif dans les transactions immobilières

Daignan Clément, Goulet Bastien

Sous la direction de **Denis Martouzet**

Equipe Ingénierie du Projet d'Aménagement, Paysage Environnement (IPAPE)

UMR Cités Territoires Environnement et Sociétés

Polytech'Tours - Département Aménagement, Université F. Rabelais, Tours

Introduction

*« Distinguer le “raisonnable” et le “rationnel”. Le premier inclut l'intuition et l'affectif.
Le second n'implique qu'un déroulement correct du processus logique. »*

Hubert Reeves, extrait de *L'espace prend la forme de mon regard*

« En affection, il n'y a que des commencements. »

Madame de Staël

En France, le logement est au cœur de toutes les problématiques : pénurie de logements, prix élevé... Il fut d'ailleurs au cœur de la campagne présidentielle de 2012. Acquérir un logement pour la plupart des français est donc un aboutissement mais c'est aussi le départ d'un emprunt bancaire pour de nombreuses années et il s'agit donc d'un achat réfléchi, surtout en période de crise économique comme celle que nous connaissons actuellement.

C'est ainsi un investissement financier... mais aussi affectif important. En effet, acheter un bien immobilier signifie nécessairement vivre pendant plusieurs années dans ce même logement.

Les futurs acheteurs n'ont donc pas le droit à l'erreur et doivent faire le meilleur achat, ou bien le meilleur compromis.

Nous allons donc étudier comment se fait ce choix ?

Est-il purement rationnel, c'est-à-dire à maximiser son profit (ou minimiser sa perte) ou y a-t-il une part d'affectivité ?

Et si oui, dans quelle mesure ?

Nous nous sommes plus particulièrement intéressés à la question du coup de cœur immobilier que nous avons tenté d'expliquer, de comprendre les mécanismes de sa mise en œuvre et d'en mesurer ses conséquences.

La question de l'affectivité au lieu fut déjà étudiée, notamment au sein de l'UMR CITERES, mais la plupart du temps c'est à l'échelle de la ville ou du quartier que cela se passe, et rarement à l'échelle du logement. Nous développerons ainsi l'affectivité au sein du logement. En effet, nous nous intéresserons au temps de la recherche du logement, de l'achat et à l'après.

Ce thème nous semblait complexe mais enrichissant c'est pourquoi nous avons choisi :

Habiter et marché immobilier : La part de l'affectif dans les transactions immobilières.

Nous avons défini comme objet de recherche **le coup de cœur dans l'acquisition d'un bien immobilier**.

Nous avons décidé de nous intéresser plus spécialement au coup de cœur car dans notre première phase d'approche bibliographique nous nous sommes rendu compte qu'il s'agissait d'un aspect peu traité de l'achat immobilier. La plupart des articles sont consacrés à l'aspect économique de la transaction mais cet aspect plus « psychologique », plus « irrationnel » ne semblait autant agiter la sphère de la recherche.

Nous pouvions alors nous placer dans plusieurs positions. Tout d'abord dans celle du vendeur qui tente de se séparer de son bien et de tout ce que cela implique de personnel (les expériences vécues, les souvenirs, les regrets...). Nous pouvions aussi nous placer dans la position de « l'intermédiaire », de l'agent immobilier qui va tenter de vendre le bien en séduisant son/ses client(s).

Mais ce qui nous semblait le plus intéressant, et qui fut la direction que nous avons choisie, était de nous mettre à la place de l'acheteur afin d'essayer d'appréhender les mécanismes de la recherche d'un logement (primo-accession ou non) et de la décision d'acheter.

Ceci nous a amené à la question de recherche : **quelle est la part du non-rationnel dans l'acceptation d'un prix ?** en prenant comme hypothèse d'étude que **le coup de cœur est issu d'un « processus »** (nous verrons par la suite que ce terme n'est pas le plus juste) **qui va influencer l'acceptation d'un prix par l'acheteur**.

Pour cela, après plusieurs recensions bibliographiques pour nous familiariser avec les aspects psychologiques, les notions d'**affect**, de rationalité (et de non-rationalité), les notions économiques... nous avons débuté notre questionnement général sur cette problématique du coup de cœur.

Pour réussir à caractériser, à mettre en mots nos idées, nous avons opté pour la **technique de l'entretien** semi directif avec des personnes ayant récemment acheté un bien afin de nous expliquer leur cheminement. Puis nous avons analysé ces entretiens afin d'en extraire certaines réponses à nos questions.

Partie 1 : Contexte économique et affect

Au préalable, nous tenons à faire remarquer que notre travail de recherche s'inscrit dans un contexte économique bien particulier, dans une période de crise, à la dimension mondiale et que de ce fait le marché du logement, plus particulièrement, est aussi affecté.

Si l'on considère les conditions courantes d'échanges sur un marché, on observe que lorsque les quantités offertes augmentent et que les quantités demandées diminuent les prix s'abaissent. A l'inverse, lorsque les quantités offertes diminuent et les quantités demandées augmentent les prix s'élèvent.

Nous pouvons donc dire que le marché immobilier suit la Loi de l'offre et de la demande, c'est-à-dire qu'en cas d'excès de l'offre par rapport à la demande, la concurrence entre les vendeurs amène une baisse de prix. A l'inverse, un excès de la

demande par rapport à l'offre provoque la concurrence entre les acheteurs et conduit à l'augmentation du prix.

La variation du prix se poursuit jusqu'à correction complète du déséquilibre. Lorsque l'offre égale la demande on atteint le prix d'équilibre.

On s'aperçoit donc que le prix joue également un rôle d'information économique. En effet la régulation d'un marché comme celui de l'immobilier repose sur la formation de prix libres qui assurent 3 fonctions principales : l'information (Les prix sont des signaux. Ils donnent des indications concernant la rareté relative des biens), l'incitation (Une variation des prix incite à modifier l'offre et la demande) et l'équilibre (L'équilibre du marché, l'équilibre général de l'économie).

D'après le ministère du logement l'évolution des prix :

- a une **croissance tendancielle** très proche de celle du revenu moyen par ménage
- est **auto-corrélée**. Un marché a des chances de baisser au cours d'une année N s'il baissait déjà au cours de l'année N-1 et réciproquement.
- est faiblement liée à l'évolution des taux d'intérêt des crédits immobiliers.
- est faiblement corrélée au cours des marchés.
- est faiblement liée à la taille du parc de logements.

Comme nous le rappelions en introduction, dans le contexte économique actuel les prix ont tendance à être élevés et même si la bulle immobilière semble en stagnation, les estimations financières des biens immobiliers dépassent la réalité des marchés et la valeur intrinsèque des logements, surtout dans les zones urbaines densément peuplées.¹

1- La dimension affective

« La définition du cadre de vie urbain prend évidemment des connotations diverses selon les dimensions privilégiées par l'urbanisme, l'architecture, l'économie, les sciences politiques ou psychosociales »

En effet, il semblerait que l'homme ait une tendance à se **construire sur des oppositions** :

- forme et fond
- dedans et dehors
- vide et plein
- concertation et isolement

La théorie de contraste est un des éléments nécessaire à une dynamique vitale. Moles et Rohmer² décrivent également cette alternance. Le foyer est un refuge face à la pression urbaine tandis que de son côté l'urbain exerce une forte pression (pression sociale, pression de la foule, stress lié à la ville...). Afin d'évoluer sereinement dans son environnement physique Festinger, Pepitone et Newcomb³ ont mis en lumière des besoins spécifiques de l'homme ne pouvant être satisfaits que par le contact interpersonnel. Ils se regroupent en 2 classes :

¹ BIALES M. et al., *Notions fondamentales d'économie* (2004)

² Dans MORVAL J., *Introduction à la psychologie de l'environnement* (1995)

³ *ibid*

- **les besoins qui touchent au statut**, à l'approbation, qui impliquent la **mise en valeur de l'individu** et nécessitent visibilité sociale et identification de l'individualité.
- les besoins dont la satisfaction exige d'être confondu avec le groupe et **correspondent à une recherche d'anonymat** dans lequel le sujet ne peut être ni identifié, ni distingué.

Ceci rejoint l'**aspect intime**. L'intimité n'est pas un état d'autosuffisance, ni une fin en soi, mais bien un instrument qui permet à la personne d'atteindre ses buts, les états d'être indispensables à son bon équilibre psychique, selon la formule de Jourard¹.

Une autre fonction importante réside dans les possibilités de libération émotionnelle, dans le fait de pouvoir s'affranchir de son masque social. Effectivement, la relation constante avec autrui engendre de multiples tensions. Pour les assumer sans dommage psychique ou physique, la personne doit s'accorder des périodes de retrait où une détente émotionnelle est facilitée. Dans ces temps privilégiés, il est plus facile de laisser tomber sa façade sociale. La personne peut devenir elle-même, appréhender l'image du soi envers soi, sans dissimulation.

Hall² envisage d'ailleurs les éléments architecturaux comme des écrans derrière lesquels l'individu peut oublier périodiquement ses strates protectrices du moi pour se laisser aller et être simplement lui-même.

Le foyer est donc une zone où l'on peut se laisser aller, être soi-même, où l'individu peut laisser tomber le masque porté pour se protéger de la pression urbaine, extérieure et c'est pourquoi l'habitation revêt une telle importance dans la vie de chacun. La maison ou l'appartement est comme une sorte de **coquille individuelle**, présumée **inviolable**, qui s'ouvre et se ferme grâce à une clé. L'habitation revêt alors la **fonction de refuge** où l'être n'est entouré que par des êtres et des objets familiers sur lesquels il exerce son emprise de maître.

Il y a ici une référence au matériel mais aussi au foyer dans le sens de famille, notamment au sens de Chombart de Lauwe³, c'est-à-dire la famille restreinte qui comprend strictement dans les sociétés monogames le père, la mère, les enfants avec toutes les recompositions familiales qui peuvent se faire. La sphère d'appropriation qu'est l'habitat est caractérisé par **l'opposition entre un aspect dénotatif et l'aspect esthétique**.

Il y a donc une **vraie relation entre l'habitant et l'habitat** :

Dans une période de crise comme celle que nous connaissons, de crise du logement plus particulièrement et de redéfinition de l'environnement, l'image de l'habitat est surtout une image-objet, une image « fonction technique ». Le logement ne devient alors un élément neutre auquel l'individu ne développe pas d'attachement.

Pourtant un logement pourrait presque être une **affectivité**, une **intensité**, un « être » dont les éléments matériels, meubles, équipements, sont la parure seulement. Le logement est alors vecteur d'émotions.

L'émotion se définit comme un type d'affect particulier pouvant être défini à l'aide de plusieurs caractéristiques : brièveté, intensité élevée, présence manifestations internes et externes, présence d'un élément déclencheur (Onnein-Bonnefoy, 1999).

Dans la partie suivante, dans le domaine de l'affectif, nous allons nous intéresser plus particulièrement au **coup de cœur** (dans le cadre de l'achat d'un logement), le

¹ ibid

² ibid

³ ibid

moment au cours duquel il apparaît, lorsque l'individu passe outre ses critères ou son budget initial.

2- Le coup de cœur

A travers cette dimension affective, nous nous sommes plus particulièrement intéressés au **coup de cœur** appliqué à l'immobilier c'est à dire à la part du non rationnel et de l'affectivité dans les transactions immobilières.

L'expression « coup de cœur » est utilisée par tous, elle est largement passée dans le langage courant et elle souvent utilisée pour faire du marketing. On entend souvent dire qu'une personne a un « coup de cœur » que ce soit une voiture, une maison, etc. Généralement il s'agit d'un bien matériel dont le prix est élevé et que les personnes peuvent posséder affectivement.

Nous nous sommes davantage intéressés à expliquer le moment du coup de cœur immobilier plutôt que de le définir explicitement. A travers cette explication, nous aborderons diverses notions (émotion, sentiment...) liées les unes aux autres qui nous permettront d'expliquer le basculement vers le coup de cœur (immobilier).

a- Stimulation

A la base du coup de cœur, il faut une stimulation, ou plutôt **des stimulus**, qui éveilleraient l'individu. Ceux-ci doivent être d'« intensité suffisante pour exciter un récepteur sensoriel¹ ». Ces stimulus se situent dans l'environnement, dans le bien immobilier visité par l'individu.

Celui-ci effectue un « filtrage qui contribue à ne rendre efficace qu'un nombre restreint de ces informations et à en faire des stimulus² ». Ceux-ci bien entendu peuvent être différents selon les sujets. Cela peut être la couleur, la luminosité, la forme architecturale ou bien la remémoration de souvenirs comme par exemple celui de la maison de vacance de son enfance.

b- Sensation et perception

Suite à ces stimulations, il y a un « **traitement de l'information**³ » qui conduit à la formation de différentes **sensations** chez l'individu. Il s'agit de l'interaction entre l'individu et le logement à travers ses 5 sens.

Le regroupement de ces différentes sensations donne lieu à la **perception**, c'est-à-dire « un acte de l'esprit permettant d'organiser les sensations provenant de l'extérieur et de les interpréter.⁴ » Mais la perception n'est pas seulement une interprétation des messages sensoriels comme le souligne Livet dans *Emotions et rationalité morale*, « elle est jugement et prise de décision, elle est anticipation des conséquences de l'action ».

¹ Référence à la définition de *stimulus* du *Dictionnaire fondamental de la psychologie* (2002)

² *ibid*

³ Référence à la définition de *sensation* du *Dictionnaire fondamental de la psychologie* (2002)

⁴ Selon MERLEAU-PONTY tiré de *L'épreuve des sens, De l'action sociale à la réalité virtuelle* p13 de Anne SAUVAGEOT (2003)

Ainsi, dès cette phase, l'individu est surpris, étonné du bien immobilier, cela remet en cause son schéma de pensée préalablement établi.

D'autres notions telles que l'émotion(s), la représentation(s) se situent dans la « nébuleuse » du coup de cœur.

c- Emotion et représentation

Il existe aujourd'hui une multitude de définitions de l'émotion mais la plupart des ouvrages psychologiques se réfère à 5 composantes et se rattachent aux émotions primaires (la joie, l'intérêt-excitation, la surprise, la tristesse, la colère, la peur, le dégoût, le mépris et la honte).

Les émotions sont ainsi des réponses de « fortes intensités qui comportent des **manifestations expressives** (changement dans l'expression faciale, vocale, posturale...), **physiologiques** (action de bondir, frapper, fuir, s'immobiliser...) et subjectives typiques (le vécu émotionnel, les émotions 'socialement apprises'¹).²», qui s'installent rapidement et sont de courte durée. C'est ce qu'on appelle la « triade de la réaction émotionnelle³ ». A cela peut s'ajouter deux autres composantes. La première est la « **tendance à l'action**⁴ », cette composante est « une forme de préparation à l'action » et « représente la facette la plus importante d'une émotion parce qu'elle est typique à chaque émotion ». La dernière composante est la composante **d'évaluation cognitive**. Elle « représente la processus cognitif par lequel un événement externe ou interne va être évalué, même de façon implicite, de sorte que la réponse émotionnelle constituée des 4 composantes mentionnées ci-dessus est déclenchée et se différencie en une émotion spécifique telle que la joie, la peur...⁵ ». Ceci explique « la grande variabilité intra et inter individuelle dans le domaine de l'émotion : un même événement peut déclencher des émotions très différentes chez un même individu⁶ ».

Ces émotions, selon Livet (*Emotions et rationalité morale*), « correspondent à notre ressenti par rapport à nos attentes » ou bien une situation qui peut « déborder nos attentes mais sans les contredire⁷ ». C'est cette situation de débordement, de décalage, avec les attentes qui va caractériser le coup de cœur.

La **représentation** permet de « transformer les perceptions issues des sensations en une image mentale du monde selon ses propres systèmes de signification, relatifs à son histoire individuelle. Elle est significative d'un mode de vie, de valeurs et de langage qui sont le système de référence de l'individu lié à son histoire. [...] La représentation tient de **l'affectivité de l'individu** et inclut des paramètres extérieurs

¹ Référence à la théorie de Martha NUSSBAUM soulignant que « [les émotions] sont étroitement liées aux jugements de valeur, elles ne sont pas innées, mais socialement apprises, elles ne sont nécessairement des pulsions corporelles aveugles, mais correspondent aussi à des opérations cognitives complexes ».

² Référence à la définition de l'émotion du *Dictionnaire fondamental de la psychologie* (2002)

³ SANDER David, SCHERER Klaus, *Traité de psychologie des émotions*, p.9-10, (2009)

⁴ SANDER David, SCHERER Klaus, *Traité de psychologie des émotions*, p.9-10, (2009)

⁵ SANDER David, SCHERER Klaus, *Traité de psychologie des émotions*, p.10, (2009)

⁶ *ibid*

⁷ LIVET Pierre, *Emotions et rationalité morale*, p.73, 2002.

propres à l'individu, déterminés par la culture, l'éducation, ainsi que l'appartenance sociale par exemple. Ces paramètres conduisent à une construction d'interprétations de l'objet, de l'espace.¹ »

d- Sentiment

Les personnes lors de la visite d'un bien immobilier vont avoir des sentiments. Cette notion est complexe comme le souligne Moural et Millet² : « C'est tout d'abord un état affectif complexe, riche en nuances propres, ayant pour origine, non des sensations, mais des pensées, des désirs, des représentations, des souvenirs, nos relations avec les personnes et les choses ; c'est aussi une connaissance qui n'est pas une idée claire » et à Jean Maisonneuve³ de poursuivre comme étant des états intériorisés, pouvant être intense.

Il est ainsi difficile de discerner les sentiments d'une personne, c'est quelque chose qui se situe à l'intérieur d'elle-même, contrairement aux émotions. Cette notion de sentiment se développe suite aux émotions et aux représentations comme le rappelle Gasperini⁴.

e- Schématisation du coup de cœur

Toutes ces notions que sont émotion(s), sentiment(s), représentation(s), sensation(s) sont intimement reliées, imbriquées entre elles. Une émotion positive (joie...) va donner lieu à un ou des sentiments eux aussi positifs (bien-être, plaisir...), des représentations et des sensations positives et vice et versa.

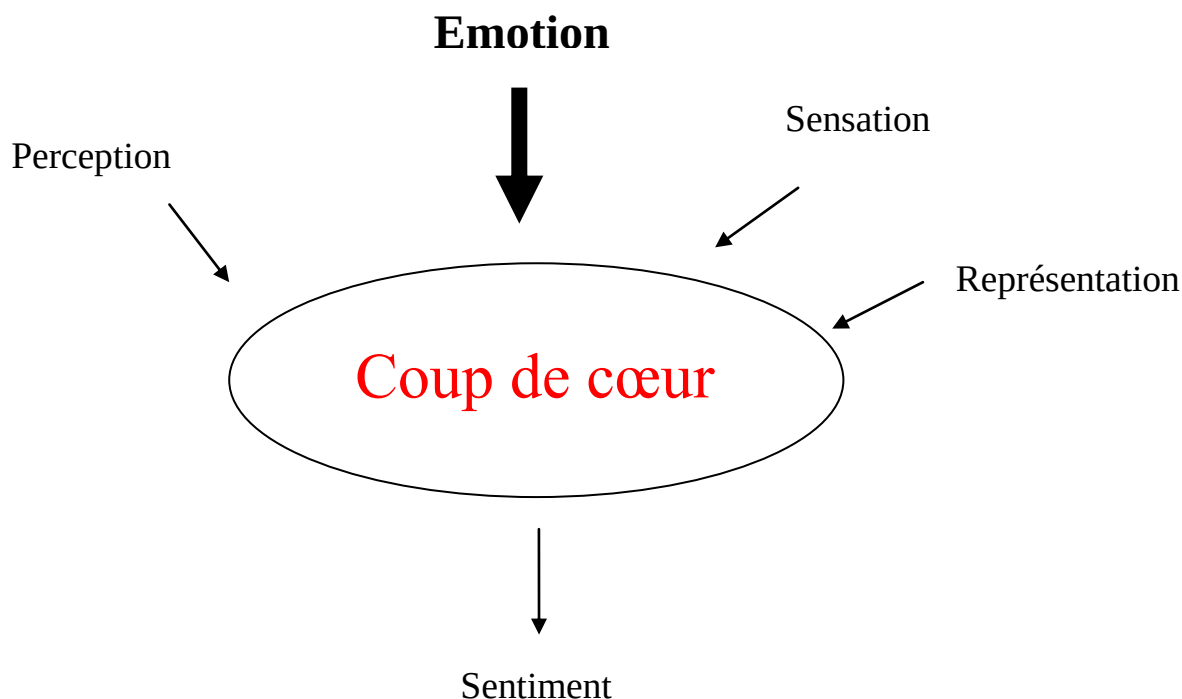
Il est donc difficile de définir explicitement ce qu'est le « coup de cœur » mais on peut le représenter sous forme d'un schéma le reliant aux différentes notions évoquées ci-dessus.

¹ DHAKOINE Marie Maleka (sous la direction de MARTOUZET Denis), *Evaluation de l'impact psychoaffectif de la disparition d'un lieu*, p16, PFE 2011

² MOURRAL Isabelle et MILLET Louis, *Petite encyclopédie philosophique* (1995).

³ MAISONNEUVE Jean, *Les sentiments*, (1993)

⁴ GASPERINI Célia (sous la direction de FEILDEL Benoît), *Etude sur les interactions entre le rapport affectif à l'espace et la concertation autour des projets d'aménagement et d'urbanisme*, p.18, PFE 2008.



Le coup de cœur se situe donc au centre de ces différentes notions. Elles permettent de déclencher à un certain moment LE coup de cœur qui fait basculer l'acheteur, seulement potentiel au départ, à un acheteur réel, certain d'acheter ce bien immobilier.

Ainsi, le coup de cœur est un événement bref et intense, il se rapproche donc plus de l'émotion que du sentiment qui a « une durée plus longue [...], une intensité plus basse [...], et sont vécus même en l'absence de ces objets ¹ ». Le sentiment serait plus une conséquence du coup de cœur. Un sentiment de plaisir, voir allant à l'extrême, un sentiment d'amour, peut naître du coup de cœur.

Le coup de cœur peut être apparenté à une émotion dans le sens où il apparaît lorsqu'un changement intervient aussi bien « du côté du milieu (objets, situations...) [...] que du côté de l'individu (besoin, désir...) ² ». De même on peut faire le lien avec Georges MANDLER lorsqu'en parlant de l'émotion il dit qu'elle est entraînée « quand quelque chose qu'on attendait pas se produit », lorsqu'il y a un décalage avec ce que la personne attendait de ce bien immobilier. Le coup de cœur survient lorsqu'il y a en quelque sorte un "effet de surprise positif", c'est-à-dire un jugement positif de la personne surprise. C'est un moment de rupture avec ce qui était initialement prévu. Cela remet clairement en cause les critères de choix (ou bien seulement une partie de ces critères) des acheteurs, que ce soit des critères précis, définis au départ (prix, localisation, nombre de pièces...) ou plus subjectifs (cachet de la maison...). C'est ce moment où l'émotion submerge la raison.

Dans un sens, on peut dire que le coup de cœur se rapproche du coup de foudre que l'on peut avoir envers une personne, dont l'apparence physique correspond à notre idéal physique et psychologique. Ainsi, le coup de foudre est le résultat, au premier instant, d'une relation affective d'une personne avec une autre. Par similitude, le coup

¹ COSNIER Jacques, *Psychologie des émotions et des sentiments*, p.7, (2006).

² RIME Bernard, *Le partage social des émotions*, p.83, (2005).

de cœur immobilier est le résultat, dès les premiers instants, non pas d'une relation affective mais d'une émotion forte vis-à-vis de ce bien immobilier remettant en cause tout le schéma (ou en partie) initialement établi par les acheteurs.

f- Le coup de cœur comme un rapport affectif positif ?

On peut dire ainsi que le coup de cœur peut être perçu comme une émotion entraînant un rapport affectif positif vis-à-vis d'un bien immobilier. Comme le dit DHAKOINE Marie Mekela¹, « le rapport affectif correspond au traitement d'une représentation qu'un individu se fait d'un objet. Elle relève de la subjectivité, incluant des perceptions propres, des sentiments, voire des émotions. Elle est soit positive, ce qui laisse entendre qu'il y a un attachement envers l'objet (en l'occurrence ici un bien immobilier), soit négative, ce qui suppose un détachement voire une répulsion de l'objet. »

Cela rejoint la pensée de Denis MARTOUZET qui en prenant une notion générale, à savoir l'espace géographique, dit que : « la relation affective qu'a un individu envers un espace géographique, à un moment donné, sachant que ce moment, [et c'est ce moment qui nous intéresse] s'il est bien actuel est aussi, et peut-être surtout, la résultante d'une construction qui met en jeu l'histoire de cet individu, histoire passée et projections, dans des contextes multiples et successifs et toujours changeants ». Il poursuit en indiquant que « le rapport affectif [au lieu] est un rapport intime, unique, évolutif qu'entretient un individu envers quelque chose qu'il appelle ville (ou lieu-x), [...]. Ce jugement affectif est souvent implicite, voire inconscient et le chercheur vise à le faire émerger, le rendre explicite. »

On remarque donc que le rapport affectif à un lieu, et donc au logement, se forme grâce à des émotions, des sentiments, des représentations que l'individu même a du mal à expliquer. Mais c'est également quelque chose de subjectif, lié à l'histoire d'un individu, à sa culture, à son éducation. Ainsi le rapport affectif est également le résultat « de l'interaction entre expériences [...] et souvenir (donc retraitement) de ces expériences [...] ». Les projections, par crainte et par attente-espérance ainsi que par la capacité d'anticipation, entrent dans cette construction toujours en cours de non-achèvement par l'enjeu de soi qui la supporte, tout comme le souvenir (de l'expérience de soi comme de l'expérience de l'événement) est affecté/affectif dès qu'entre en jeu l'image de soi. » (MARTOUZET Denis)

Cependant, peut-on parler de rapport affectif lorsqu'il s'agit d'un logement ?

Nous reprenons ici l'idée qui a été avancée par Clément SEGUIN² qui montre que le rapport affectif n'est pas le terme approprié pour parler de la relation affective d'un individu envers son logement. Il qualifierait plutôt cette relation d'« attachement ». Cependant, dans ce sens, il entend par « attachement » le vécu passé de l'individu dans son logement. Pour ce qui nous concerne, nous nous positionnons davantage dans une posture future. Le coup de cœur serait le point de départ d'un

¹ DHAKOINE Marie Maleka (sous la direction de MARTOUZET Denis), *Evaluation de l'impact psychoaffectif de la disparition d'un lieu*, p14, PFE 2011

² SEGUIN Clément (sous la direction de MARTOUZET Denis), *Le rapport affectif au logement : la perspective de l'apparition de contraintes liées à l'âge amène-t-elle chez l'individu une remise en cause de son rapport au logement ?*, PFE 2009.

attachement qu'a l'individu envers un bien immobilier, le départ d'une relation affective positive au logement.

Partie 2 : Méthode de la recherche

Nous avons tenté de comprendre comment les gens choisissent leurs biens immobiliers, si effectivement ils achètent sur un « coup de cœur », ou bien au contraire s'ils ont une logique beaucoup plus rationnelle et répondent à des critères très précis. Nous avons ainsi tenté de comprendre leurs émotions, leurs sentiments qu'ils ont pu avoir lors de la visite de leurs biens pour savoir s'ils ont eu un coup de cœur, comment cela est arrivé et l'expliquer.

Pour cela, nous avons choisi la méthode de l'entretien semi-directif qui semble le plus adapté pour ce sujet. La personne interrogée répond à ces questions, nous la laissons parler ouvertement, nous nous sommes juste contentés de recadrer les choses lorsque le sujet s'écartait. Nous avons ainsi décomposé notre entretien en plusieurs thèmes, en plusieurs étapes (voir le guide d'entretien) pour révéler au final quand a lieu le coup de cœur, discerner le moment, l'instant de dépassement des critères initiaux.

D'abord nous demandions aux personnes interrogées de nous raconter leurs parcours résidentiels, les causes de leurs déménagements, de leurs achats (questions 1 à 4). Cela permet de mettre en évidence leurs parcours de vie, les différents étapes et événements qui ont marqués leurs existences. Cela permet également de les mettre en confiance, qu'ils commencent à parler à partir de questions larges, pour que dans la suite de l'entretien, sur des questions plus précises et plus délicates, ils puissent se livrer plus facilement.

Le deuxième temps de cet entretien est consacré à la recherche de biens immobiliers (questions 5 à 8). Cela permet de voir les prémisses d'un coup de cœur, à savoir si les gens se sont arrêtés sur le bien immobilier qu'ils avaient en vue ou s'ils ont continué à rechercher ailleurs. Cela permet également de voir si les personnes ont mis du temps pour trouver un bien immobilier qui leur convenait.

Puis, nous passons sur le temps de la visite (questions 9 à 13), ce qui a interloqué les gens, quelles ont été leurs réactions et si possible leurs émotions. Nous tentons déjà de savoir s'ils ont eu un coup de cœur sans leur demander explicitement.

Ensuite, nous leur demandons leurs critères qu'ils avaient fixés au départ (questions 14 à 16), s'ils ont été respectés ou au contraire s'ils ont été dépassés, le plus important étant de savoir pourquoi ceux-ci ont été dépassés.

Puis, nous passons sur le temps de la contre-visite et des autres visites éventuelles d'autres biens immobiliers (questions 17 à 20). La contre-visite et les autres visites permettent de savoir si les personnes ont eu des doutes ou s'ils étaient sûrs d'eux.

Vient ensuite le temps de l'achat et de la question financière (questions 21 à 24). Pour cela nous leur demandons de nous parler de la procédure d'achat, du prix qu'ils s'étaient fixé au départ, de savoir si ce prix a été dépassé et si oui, pourquoi a-t-il été dépassé.

Pour finir, nous avons demandé aux personnes de qualifier leurs logements (questions 25 à 27) et de leur demander explicitement s'ils ont eu un coup de cœur en achetant leurs biens immobiliers (questions 28 et 29).

Les entretiens représentent un échantillon de 12 personnes ayant acquis un bien immobilier récemment, c'est-à-dire depuis moins de 3 ans. Même si nous aurions aimé en réaliser davantage, nous remarquons une certaine redondance dans les réponses. Les personnes interrogées sont de différentes catégories socioprofessionnelles : du primo-accédant relativement jeune (moins de 35 ans), en passant par des personnes de 40 à 55 ans, jusqu'aux personnes à la retraite. Les entretiens ont également été réalisés dans différents lieux géographiques : Limoges, Tours, Verdun, la Haute-Savoie et les Ardennes. Nous résumons ceci dans le tableau suivant :

Nom	Lieu de résidence
Stéphane	Vendôme
Michel	Thin le Moutier (Ardennes)
Kévin	Verdun
Bruno	Joué-lès-Tours
Abdel	Tours
Sophie	Charleville-Mézières
Christine	Charleville-Mézières
Gérard et Pascale	Seyssel (Haute-Savoie)
Fred	La Riche
Serge	Tours
Gérard et Anne-Marie	Limoges
Thibault et Frédérique	Limoges

Tableau récapitulatif des personnes interrogées et leurs lieux de résidence

Les entretiens ont été en général, sauf exception (Stéphane, Gérard et Pascale), enregistrés chez les personnes interrogées, directement dans leur nouveau bien immobilier. Ces enregistrements varient entre 15 et 20 minutes en moyenne. Les personnes interrogées ne savent que peu de choses du sujet au début de l'entretien pour qu'ils ne puissent pas orienter leurs réponses. Nous leur indiquons que nous faisons un travail de recherche dans le cadre de nos études universitaires sur les acquisitions de biens immobiliers récents.

Nous avons choisi d'analyser ces entretiens en catégorisant les réponses des personnes interrogées. Pour cela, nous nous appuyons directement sur les citations des personnes pour appuyer nos remarques, pour les rendre les plus objectives même si d'autres interprétations sont possibles. Néanmoins, il est à noter qu'il ne faut pas systématiquement généraliser notre propos, que même si nous nous sommes appliqués à être le plus objectif possible, il restera toujours une part de subjectivité dans notre interprétation. Nous pouvons résumer notre méthode d'interprétation sous forme d'une matrice.

	Réponse 1	Réponse 2		Réponse N
Thème 1	x	x		x
Thème 2	x			
...				
Thème N	x	x		

Matrice d'interprétation de nos résultats

Nous pouvons ainsi remarquer si un thème en particulier apparaît chez la plupart des personnes interrogées ou s'il y a une suite logique dans les thèmes abordées.

Partie 3 : Résultats et Discussions

1- Un coup de cœur rapidement évoqué par les personnes interrogées

- Certaines personnes annoncent elle-même qu'ont eu un coup de cœur, lors des premiers instants de l'entretien, dès les premières minutes, et cela avant même qu'on leur pose la question (dernière étape du guide d'entretien « Selon vous, votre achat immobilier est-il un coup de cœur ? »). Ce nouvel achat marque ainsi une étape de vie importante dans leurs parcours.

Fred : *J'ai dit « C'est ça ! ». Oui, ma réaction c'était de me voir dedans, de voir ce que je pouvais en faire, d'estimer le potentiel qu'elle pouvait avoir et de sous-estimer le montant des travaux [rire]... Gravement... Donc ça a été vraiment ça, le coup de cœur quoi...*

Michel : *On est passé voir, on a rencontré la personne qui vendait la maison... et puis on l'a pris quoi... coup de cœur quoi...*

Pascale : *Toi tu as eu le coup de cœur tout de suite...*

2- Les réactions suite à la première visite

- On remarque deux réactions suite à la première visite :
 - il y a ceux qui sont sûrs de leur achat, ils vont faire une offre d'achat rapidement, ils sont sûrs d'eux. Ce sont d'ailleurs les mêmes personnes évoquées précédemment qui annoncent avoir eu un coup de cœur sans même qu'on leur pose la question.

Enquêteur : *Et lorsque vous êtes sorti, à la fin de la première visite, qu'est ce que vous vous êtes dit ?*

Michel : *On s'est dit, on achète la maison.*

Gérard : *Oh beh... Vieille ferme avec plein de dépendances et machin... fin pour moi c'était bon... [...] C'est pas une classique quoi...*

- puis, il y a les autres personnes qui sont satisfaites de leurs visites mais qui ont besoin de réflexion, ils ne veulent pas se précipiter et continue de regarder d'autres biens.

Enquêteur : *Et une fois que tu as fini la visite, quand tu es sorti, quelle était ta réaction ?*

Kévin : *Satisfait mais sans... sans m'emballer* parce que j'aime bien réfléchir à froid, demander un petit peu les avis autour de moi parce que j'étais pas tout seul pour la visite, on était 4, donc comme ça après je demande l'avis un peu de tout le monde, parce que pour pas se lancer... des fois y a des défauts qu'on ne voit pas, des choses que l'on ne voit pas... Donc mitigé parce que je ne voulais pas me précipiter dans l'achat.

Enquêteur : *Et lorsque que vous êtes sorti, qu'est ce que vous vous êtes dit ?*

Bruno : *On s'est dit on va quand même regarder ailleurs* pour le même prix ce que l'on peut avoir... à la même distance.

Sa compagne : *Parce qu'à la base ce n'est pas notre style de maison*, vraiment le style de maison qu'on aurait voulue...

Enquêteur : *Quelle a été votre réaction lorsque vous êtes sorti de la première visite ?*

Abdel : *Beh la première visite je savais à peu près, j'ai dit à la fille de l'agence : « je vais y réfléchir », je ferai une offre donc j'ai fait une première offre volontairement basse par rapport au prix parce que j'avais en tête le prix des travaux un peu près...*

3- Les autres visites, reflet d'un éventuel coup de cœur ?

- Certaines personnes, une fois qu'elles ont sélectionnées leur bien « coup de cœur », n'ont plus de visites d'autres biens immobiliers, elles s'arrêtent sur ce bien, elles sont sûres d'elles. Ce sont ces mêmes personnes une nouvelle fois qui nous ont avoués, lors des premiers instants de l'entretien, avoir eu un coup de cœur et vouloir à coup sûr acheter ce bien immobilier.

Enquêteur : *Et après, avez-vous visité d'autres logements ? Après avoir vu cette maison là ?*

Michel : *Ah non !*

Enquêteur : *Aucune ?*

Michel : *Après, on s'est bloqué sur ça !*

Enquêteur : *Vous n'avez pas continué à chercher sur « Le bon coin » ?*

Michel : *Non parce qu'on a signé assez rapidement un compromis de vente...* puis non, on n'avait pas envie...

Enquêteur : *Combien de logements tu as visité avant de trouver ton achat actuel ?*

Kévin : *Euh... J'en ai visité deux avant...*

Enquêteur : *Deux avant. Et après tu en as visité d'autres ?*

Kévin : Non.

Enquêteur : *Est-ce que vous avez visité d'autres logements après celui-ci ?*

Gérard : Après non.

Enquêteur : *Avez-vous visité d'autres logements après celui-ci ?*

Fred : Après celui là non. *Non, non, c'était celui là que je voulais.*

Enquêteur : *D'accord, vous vous êtes arrêté sur celui-ci ?*

Fred : *Oui*.

- D'autres personnes, peu nombreuses, sont quand même plus hésitantes, visitent d'autres logements mais restent finalement sur leur maison actuelle. Ce sont généralement ces mêmes personnes qui ont eu besoin de réflexion avant d'acheter leurs maisons et qui ont un coup de cœur « raisonnable » c'est-à-dire que la plupart des critères initiaux sont respectés, il n'y a pas de véritable dépassement.

Enquêteur : *Tu as quand même visité d'autres logements ?*

Bruno : *Non. On en a cherché d'autres, on a cherché par rapport au prix, si pour le même prix voir ce que l'on pouvait avoir ou dans le coin... dans le même voir ce que l'on pouvait avoir et finalement on s'est arrêté sur celle-là.*

4- Les critères, respectés ou dépassés ?

- On remarque 3 positionnements vis-à-vis des critères de départ (en excluant le critère du budget qui sera développé par la suite):
 - il n'y avait pas de critères clairement définis au départ (pour des raisons d'urgence ou au contraire il n'y a pas de recherches de biens immobiliers précises). Ainsi, les personnes laissent place à leurs sentiments, s'ils s'y sentent bien lors de la visite, s'ils peuvent se projeter de manière positive...

Enquêteur : *A la base, vous vous étiez fixés des critères précis ?*

Bruno : *Non parce qu'en fait... je ne vais pas dire que c'était sous le signe de l'urgence mais un petit peu quand même parce qu'on avait deux mois pour trouver un logement. J'avais deux mois pour trouver un logement. Au départ, on était parti pour de la location et puis vu que l'offre était quand même sympathique...*

Enquêteur : *Il fallait sauter sur l'occasion...*

Bruno : *Oui voilà tout à fait.*

Sophie : *En fait, ce n'étaient pas des critères, c'était après... on a craqué par rapport à ça mais ce n'était pas des critères de choix à la base... car on ne cherchait pas vraiment...*

Enquêteur : *D'accord, il n'y avait pas de critères en fait ?*

Sophie: *Non*

- les critères de départ ont été respectés dans l'ensemble.

Enquêteur : *Est-ce que dans la maison que tu as achetée, est-ce que ces critères étaient respectés ?*

Kévin : *Euh... pour le quartier oui ça a été respecté, [...] et ensuite au niveau de la maison... ouais content dans un premier temps et puis maintenant qu'il y a le petit qui est arrivé, ça manque un peu d'espace... donc on réfléchit vraiment pour aménager les combles... donc voilà des petits travaux en plus...*

Enquêteur : *Et donc, tous les critères ont été respectés au final ?*

Abdel : *Beh oui, mais après avoir mouliné une quarantaine de visite et écarté sur dossier une bonne centaine...*

- Il y a un dépassement des critères de départ (localisation, surface de terrain, cachet, type d'habitation...). Les personnes mettent de côté en quelque sorte les critères qu'elles s'étaient fixés au départ pour laisser place à leurs émotions, elles sont séduites par le bien immobilier. Elles en oublient même les critères qu'elles s'étaient fixées au départ.

Enquêteur : *Vous aviez sacrifié d'autres critères pour cette maison là, c'est ce que Claude disait, vous vous êtes bien éloigné de Sedan...*

Michel : *Beh au départ, c'est vrai qu'on cherchait sur Sedan, aux alentours de Sedan... mes copains, amis sont à Sedan... donc je cherchais plutôt là-bas... pi après bon on s'est dit bof...*

Fred : *Oui. Alors que ce n'était pas le style que je cherchais a priori.*

Enquêteur : *Ah oui ?*

Fred : *Non, moi je venais de Paris, donc j'étais plutôt sur de l'ancien tuffeau... des trucs comme ça... ce que j'avais dans ma première maison... pas loin d'ici d'ailleurs... Voilà en fait j'étais plutôt parti sur quelque chose comme ça oui, quelque chose de campagnard et puis là, il y a cette architecture de 1950 que j'ai trouvée rigolote et bien adaptée.*

Enquêteur : *Ca ne correspondait pas du tout à vos critères de départ ?*

Fred : *Pas vraiment non.* *Je cherchais quand même un bien, quelque soit sa forme, qui me permettait d'avoir le logement et le local professionnel clairement séparable. Sinon mes critères, c'était plus ça mes critères, je dirais des critères... cahier des charges techniques, si ce n'est qu'effectivement mon envie initiale c'était plutôt de l'ancien... campagnard...*

Pascale : *Mais aussi au départ on avait des critères par rapport au terrain, on voulait un terrain autour assez grand. Pi en fait ce n'est pas du tout ça... Mais sûrement c'est ce qui va bien nous convenir... Parce qu'on était parti sur l'ancienne maison qu'on avait et on voulait plus ou moins inconsciemment retrouver quelque chose dans le genre alors que finalement ce n'est pas ce dont on a besoin maintenant... alors que finalement celle là va être très bien... Beh on ne voulait pas non plus, un critère quand même, sortir sur une terrasse et voir ce que voisins font... on voulait quand même un minimum d'intimité et d'indépendance. Là on a des voisins, tout en étant chacun chez soi. On a quand même un périmètre d'intimité qui est sympa...*

Enquêteur : *Et pas d'autres critères, dans le sens où quand vous avez visité, vous ne vouliez pas ça mais au final vous avez quand même acheté...*

Gérard : *Beh oui... c'est vrai qu'au départ ce n'était pas ça. Le terrain s'est sérieusement réduit... l'isolement... Il y est pas trop mais t'as ta tranquillité...*

Le critère de localisation se révèle être un élément important, les personnes lorsqu'elles parlent de leurs logements évoquent parallèlement la localisation, que le bien est en général idéalement situé par rapport à leurs déplacements quotidiens etc... C'est en outre, un des facteurs importants dans le processus d'achat. Néanmoins, ce critère intervient en amont lors de la phase de recherche avant même qu'une visite soit effectuée, il est donc difficile de savoir si les personnes dépasseraient ce critère important qu'est la localisation.

5- L'environnement immédiat, rôle majeur dans le déclenchement du coup de cœur.

- La plupart des personnes, sans nous le dire explicitement, accorde de l'importance à l'environnement immédiat de leur logement. Elles s'attardent sur la localisation, la proximité de leur lieu de travail, des services ou des infrastructures de transport, sur des critères rationnels... aussi bien que des critères plus subjectifs tels que l'ambiance du quartier, le ressenti des personnes vis-à-vis de ce quartier. Si ce constat s'avère négatif, il ne peut y avoir de coup de cœur, et au contraire, s'il s'avère positif, l'environnement immédiat participera dans une grande mesure au coup de cœur.

Fred : [...] *je cherchais assez large parce que j'avais envie de quelque chose de grand, un peu campagnard... et puis de fait j'ai fini par recentrer ma recherche quand même sur les lignes « Fil bleu » pour que mon fils soit autonome et que je passe pas mon temps à faire justement le chauffeur. [...] Oui voilà, un quartier plutôt socialement mélangé qui était important, des commerçants pas loin.*

Kévin : *Ouais, donc à cause du travail, donc en emménageant sur Verdun, je suis à un quart d'heure du boulot, et puis ma femme est à une demi-heure du boulot... Donc c'était un peu le point central... [...] Euh... bien... bonne réaction, bien située déjà, le quartier me plaisait...*

Enquêteur : *Y-a-t-il un élément ou plusieurs qui ont retenu votre attention dans la maison ?*

Bruno : *Beh oui, c'est la cheminée, la baignoire parce que en caserne c'est souvent des douches, le jardin et puis le cadre.*

Sa compagne : *Le cadre oui, la campagne autour...*

Bruno : *La campagne, les oiseaux... et puis la proximité de la ville.*

Enquêteur : *Surtout le cadre ?*

Bruno : *Les deux en fait. C'est les deux, le cadre a beaucoup compté . Parce qu'ici ça ne circule pas beaucoup...*

Enquêteur : *On est encore à Joué-lès-Tours là ?*

Bruno : *Oui oui, t'es à un quart d'heure, vingt minutes du centre ville, ouais un quart d'heure du centre-ville...*

Sa compagne : *Et à 2 minutes de Chambray... à peine...*

Bruno : *On est à la campagne avec la ville à proximité.*

Abdel : *Ah oui la localisation, moi je voulais dans le vieux Tours, moi je suis quelqu'un qui utilise très peu la voiture, donc là d'ailleurs j'en aurais pas pour l'instant, donc j'aime bien le vélo, j'aime bien marcher, j'aime bien sortir aller acheter mon journal ou aller faire des courses et que cela soit pas très loin et puis je suis très transport en commun. Et puis j'aime, c'est ça qui est compliqué à trouver, que ce soit animé et central, avec toutes les commodités et un accès très facile au transport [...] j'aime bien être au calme, et en même temps j'aime bien que ça soit animé autour, c'est ça qui est compliqué...*

6- Le budget, maîtrisé ou dépassé ?

- Certaines personnes sont prêtes à augmenter leurs budgets pour un bien immobilier qui leur correspond. Soient elles restent dans le raisonnable...

Kévin : *...pour le budget, on a dépassé un petit peu... avec les frais de notaire... mais bon au final ça reste correct quand même...*

- ...soient elles le dépassent largement

Sophie : *Oui il [le budget] a été dépassé [...] de 20 000 à 30 000 € il a été dépassé...*

Fred : *Oui, oui j'ai dépassé le budget largement...*

Christine : [...] *Il était au-delà du montant que l'on voulait mettre donc si on l'avait pas vu et qu'il nous aurait dit le prix tout de suite on se serait dit non on ne va pas le visiter et puis en fin de compte on s'est dit que ça valait le coup de mettre plus que ce qu'on avait prévu au début.*

Ces personnes qui ont augmenté leur budget avouent qu'elles ont eu nécessairement un coup de cœur. Néanmoins, d'autres personnes avouent avoir eu un coup de cœur sans nécessairement augmenter leur budget puisque que cela correspondait à leur critère de prix. On ne peut donc pas se limiter à cette variable pour montrer l'existence d'un coup de cœur.

Les personnes sont également impatientes du prêt bancaire, c'est un des éléments qui va marquer l'aboutissement de leur achat.

Enquêteur : *Avez-vous acheté rapidement ou vous n'étiez pas sur de vous et vous avez pris le temps de réfléchir ?*

Fred : *Non, j'ai acheté rapidement, le plus long était le prêt ou plutôt la demande de prêt. Et j'ai même acheté avant d'avoir vendu l'autre et j'ai failli avoir des problèmes avec le prêt relais parce que j'ai mis un an à vendre l'autre. Donc, c'était tendu...*

Enquêteur : *Vous avez eu recours à un prêt bancaire ?*

Bruno : *Oui*

Enquêteur : *Vous étiez impatient de la réponse ?*

Bruno : *Oui, parce que à partir du moment où on a pris la décision... déjà quand on a visité, on se projetait mais quand on a pris la décision de l'acheter...*

7- La représentation de l'achat

- On peut décomposer ce que représente l'achat d'un bien immobilier selon 3 composantes.
 - La liberté d'être chez soi, la tranquillité, le fait de pouvoir faire ce que l'on veut n'importe où, n'importe quand et n'importe comment. Ils revendiquent le fait d'être propriétaire, comme les personnes le soulignent, c'est NOTRE maison, NOTRE chez-nous, ils possèdent affectivement ce bien. L'achat renvoie ainsi à des images de liberté et d'intimité.

Enquêteur : *Pour vous, qu'est ce que cet achat représente ?*

Michel : *Pour nous ça... euh... c'est l'indépendance, [...] c'est l'indépendance d'être propriétaire...*

Enquêteur : *Pour toi, qu'est ce que cet achat représente ?*

Kévin : *Et beh déjà c'est l'opportunité de se poser et de se sentir chez soi parce que déjà on peut faire des petits travaux, du bricolage, on peut aménager comme on veut... et de se projeter aussi parce que il ya des projets de refaire un petit peu la cuisine, d'aménager les combles, donc ça c'est des projets qui permettent d'avancer aussi, et puis aussi c'est un placement pour l'avenir parce que on compte, si les finances sont là, de la garder, de la louer, puis de racheter un terrain ou d'autres un peu plus grandse plus tard... Donc c'est un placement pour le long terme aussi...*

- Cela représente un nouveau départ, une étape de vie importante suite à un événement marquant de leur vie (naissance, changement de situation professionnelle, divorce...). La maison fait donc partie intégrante de ces changements, de ces étapes de vie, elle représente donc à la fois le présent et le futur de l'individu.

Enquêteur : *Pour vous, qu'est ce que cet achat représente ?*

Bruno : *Ah, c'est une bonne question ça...*

Sa compagne : *beh, c'était un petit peu un nouveau départ pour nous.*

Bruno : *Un nouveau départ et la liberté aussi parce que après 18 ans de caserne... la liberté d'être chez soi, pas chez quelqu'un d'autre, pas dans un logement bourré de service... chez soi quoi... enfin chez nous, on fait ce qu'on veut. La tranquillité aussi parce qu'il n'y a pas de voisin. Donc tu vois ça représente énormément de choses : tranquillité, liberté...*

- Un placement financier. C'est être propriétaire vue sous un angle financier, c'est-à-dire ne pas « perdre » son argent dans un loyer tous les mois. Néanmoins ce point de vue économique et patrimonial est davantage en retrait par rapport aux deux autres points ci-dessus.

Enquêteur : *Pour vous cet achat représente juste un investissement immobilier...*

Stéphane : *Totalement...*

Enquêteur : *Comment définiriez vous votre logement ?*

Stéphane : *Un très gros coup immobilier.*

Ces différentes composantes peuvent se recouper. En effet, chez certaines personnes, 2 ou 3 des composantes apparaissent dans leurs discours tandis que d'autres ne vont en présenter qu'une seule. Néanmoins, on remarque que les dynamiques tournées vers l'épanouissement de soi (les deux premiers points ci-dessus) l'emportent sur la dynamique économique.

8- Qualification du logement

- Plusieurs termes apparaissent lorsqu'on demande aux personnes de définir leurs logements. Néanmoins, ils qualifient tous leurs biens immobiliers comme étant un endroit où se poser, où ils se sentent bien et ont du plaisir à inviter d'autres personnes. On retrouve ainsi des termes comme « cocon », « familial », « agréable », « chaleureux », « calme », une personne qualifie même sa maison de « maison du bonheur ». On remarque ainsi que tous ces termes se rapportent au côté affectif de leur chez-soi (cocon...). La maison constitue un bien d'ancrage où les habitants peuvent se protéger du monde extérieur. Nous ne sommes plus dans l'instant du coup de cœur mais après, dans l'attachement que ces personnes ont pour leurs biens immobiliers.

Il est à noter également que cette question leur demandait réflexion, quelques instants pour réfléchir mais finalement les personnes nous parlaient volontiers de leur sentiment, de leur attachement à leurs biens.

- Les personnes naturellement aiment leurs logements, elles s'y sentent bien. Cependant, comme se sont des acquisitions récentes, certains biens sont encore en travaux. Ainsi, les personnes indiquent qu'elles aimeraient encore plus leurs logements une fois les travaux terminés, une fois que le bien sera totalement à leur goût.

9- Définition et vérification du coup de cœur

- On remarque différentes définitions du coup de cœur données par les personnes interrogées. Cependant, on distingue clairement deux types de coup de cœur.
 - La majorité des personnes définissent le coup de cœur comme étant quelque chose de strictement émotionnel et affectif dans le sens où ce sont les émotions qui priment. Les personnes relèvent ainsi qu'elles s'y sentent bien sans nécessairement pouvoir l'expliquer. Ce qui correspond à ce nous avons détaillé en première partie de notre article. Le coup de cœur est différent pour chacun mais représente le moment où l'on met de côté les critères rationnels dont la variable prix pour se projeter totalement dans le logement et avoir la volonté de l'acquérir.

Cela rejoint la pensée des philosophes tels Hume soulignant que « la raison est et ne peut qu'être l'esclave des passions et elle ne peut jamais prétendre à une fonction que celle de servir les passions et de leur obéir¹ » ou encore de Lapidus d'ajouter « la raison est inactive, dans le sens où sans la passion qui nous motive, la raison est incapable de nous motiver pour agir² ».

Sophie : *C'est un coup de cœur et c'est difficile à expliquer... C'est un endroit où on se sent bien ou bien un endroit où l'on s'imagine assez bien et assez vite ce que l'on peut y faire. Moi je pense que quand je visite une maison c'est plus dans l'imagination, savoir ce que je vais y faire pour m'y sentir bien...*

Fred : *Ca se définit, ça s'explique pas forcément, ça peut se définir... Le coup de cœur c'est le fait de rentrer dans une maison et de se dire tient « C'est là que je veux vivre ». Il n'y a aucun critère, je dirais, objectif là-dedans.*

Bruno : *Beh justement, c'est le fait que quand on visite on se sent déjà chez-soi, on s'y sent bien.*

Sa compagne : *On s'y projette tout de suite.*

Bruno : *Qu'on voit déjà ses meubles dedans, qu'on voit déjà les enfants courir... quand on le vit avant d'y vivre... ça c'est le coup de cœur.*

Une personne fait même le parallèle avec l'amour que l'on peut avoir envers une autre personne.

Gérard et Pascale : *Il n'y a pas de définition parce que le coup de cœur tu ne peux pas l'expliquer... C'est comme quand tu tombes amoureux tu ne peux pas dire Voilà hop c'est ça... C'est celle là qu'il me faut, c'est celle là que j'aimerais bien.*

- D'autres personnes voient le coup de cœur comme un coup de cœur raisonné, qui lègue les émotions au second degré par rapport à des critères plus rationnels tels que le budget, la localisation, la surface, le nombre de pièces... L'achat d'un bien immobilier représente une étape importante de leurs parcours de vie, c'est un investissement financier et affectif conséquent, qui demande une réflexion préalable approfondie.

Cela rejoint la pensée de sociologues tels que Raymond Boudon, Louis-André Gérard-Varet ou Jean-Claude Passeron qui soutiennent la théorie du choix rationnel, qui d'une manière générale, attribuent aux agents un comportement rationnel qui en raison d'un certain nombre de préférences montrent un comportement visant le plus grand profit ou le moindre mal.

Abdel : *Il l'est dans une grande mesure mais c'est un coup de cœur rationnel, raisonné... C'est-à-dire il n'y a pas qu'aimer le truc, c'est par rapport à des prix, par rapport à un certain nombre de paramètres qui étaient clairs. C'est clair que s'il y avait eu une pièce de moins j'aurais certainement hésité par exemple.*

¹ HUME David, *Traité de la nature humaine. Livre II : des passions*, (2006), p 148.

² LAPIDUS André, *La rationalité du choix passionnel : En quête de l'héritage de David Hume*, *L'année sociologique*, Vol. 50, n°1, pp. 9- 84

Kévin : *Pour moi, le coup de cœur immobilier, ça représente un logement qui regrouperait un petit peu tous les critères qu'on se fixe à la base... donc qui rentre dans le budget même si ça dépasse un petit peu, quand c'est un coup de cœur, on peut toujours faire un petit effort, on peut toujours essayer de faire un petit effort... et il faut vraiment s'y projeter dès qu'on rentre dedans, sur tous les critères qu'on s'est fixé : l'espace, la luminosité, le design aussi parce que le temps évolue, faut pas que ce soit trop vieux, faut qu'on se sente bien dedans direct. Donc pour moi c'est un peu ça le coup de cœur immobilier.*

- D'autres, montrent que le coup de cœur est un « coup financier » même si dans ce sens, le terme « coup de cœur » est alors inapproprié. Ce type de réaction reste rare, c'est pourquoi il ne représente pas à nos yeux un profil de coup de cœur. Le logement ne représente ici uniquement la valorisation de l'estime de soi et donne un sentiment de réussite.

Enquêteur : *Pour vous qu'est ce que représente le coup de cœur immobilier ?*

Stéphane : *Le coup de cœur immobilier ?*

Enquêteur : *Oui.*

Stéphane : *Qui rapporte de l'argent.*

[...]

Enquêteur : *Du point de vue financier et pas affectif ou émotionnel ?*

Stéphane : *Dans l'argent, il ne faut pas d'émotionnel.*

Enquêteur : *Donc pour vous, ce serait plutôt un coup de cœur financier...*

Stéphane : *Oui, même si le mot coup de cœur n'est pas adapté.*

Enquêteur : *Un gros coup financier ?*

Stéphane : *Voilà, c'est ça.*

Il apparaît ainsi que la notion de coup de cœur est difficile à interpréter du fait que chacun est différent, chacun à sa propre interprétation. Néanmoins, il apparaît que le coup de cœur s'appuie à la fois sur la raison et sur l'émotion, ces deux notions sont donc intimement liées. Pourtant, on peut dire que c'est la part émotionnelle qui prend l'avantage sur la part rationnelle lors d'un coup de cœur, « les émotions, les affects, les sentiments [...] participent à une prise de décision rationnelle [...], il ne s'agit pas pour autant de nier la part de calcul évidemment toujours présente dans chacune de nos délibérations ¹ ». Cette situation du coup de cœur relève de l'instant présent, du déclic émotionnel, du dépassement des critères rationnels dès les premiers instants de la visite.

- Suite à la définition du coup de cœur, nous demandions aux personnes si elles-mêmes ont-elles eu un coup de cœur ? Les personnes sont en accord avec la définition qu'elles ont donnée précédemment et avouent avoir eu un coup de cœur pour l'achat de leurs biens immobiliers. Certaines ont eu un coup de cœur plus mitigé dans le sens où ce n'est pas la maison de leurs « rêves », les contraintes budgétaires notamment étant trop importantes pour être dépassées, mais ils s'y sentent bien quand même et ils ne regrettent aucunement leur achat.

Enquêteur : *Et donc selon vous, votre achat immobilier a-t-il été un coup de cœur ?*

¹ Thèse de FEILDEL Benoît (2010), *Espaces et projets à l'épreuve des affects*, p90, citant HERBERT Simon.

Fred : *Oui. Pas raisonnable du tout... Un vrai coup de cœur.*

Enquêteur : *Selon toi, ton achat a-t-il été un coup de cœur ?*

Kévin : *Oui. Oui oui. On s'est projeté tout de suite dedans et puis on n'a pas tergiversé très longtemps avant de l'acheter, on n'a pas fait d'autres visites après, donc oui c'était un coup de cœur.*

Enquêteur : *Et donc vous, votre achat est-ce un coup de cœur ?*

Bruno : *Oui et non. Oui parce qu'on avait déjà l'idée de ce qu'on allait y faire, oui on s'y voyait mais effectivement tout ne rentre pas dans nos critères, c'est vrai qu'on aurait préféré une longère ou un corps de ferme ou quelque chose comme ça.*

Sa compagne : *Avec plus d'authenticité.*

10- La projection dans le logement

➤ Beaucoup de personnes évoquent la notion de projection. C'est un terme récurrent dans les entretiens. La plupart des personnes, lors de leurs visites, s'imaginent vivre dedans, ils font une projection mentale de ce que pourrait être leur vie à l'intérieur de ce logement. Si cette projection est satisfaisante, il y a de grandes chances qu'ils achètent ce bien. Et au contraire, s'ils ne s'y voient pas dedans, ils passeront leurs chemins et ne s'attarderont pas sur ce bien. Comme une projection cinématographique, les personnes se font leur propre film, le film de leurs vies futures dans ce bien immobilier.

Cet attachement conduit les personnes à s'imaginer dans ce lieu, à le repenser alors qu'ils n'en sont pas encore propriétaires. Ils commencent déjà à investir le lieu, non dans le sens économique du terme, mais plutôt au sens psychologique, c'est-à-dire qu'une certaine « quantité psychique ¹ » est placée dans le bien immobilier. En effet, alors que les personnes en sont à leurs toutes premières visites, ils vont s'attarder sur la représentation qu'ils se font du bien immobilier. Ils vont s'imaginer vivre dedans, ils vont s'y projeter mentalement : commencer à agencer les meubles, repenser la décoration...

En effet, acheter un logement n'est pas anodin, c'est une étape importante dans la vie d'une personne ou d'un couple (mutation professionnelle, naissance...). Leur logement, c'est le « chez soi ² », lieu intime, lieu de recueillement, loin de la pression urbaine et loin de la pression de son travail, ils vont l'« habiter ³ ». Le logement revêt ainsi une dimension identitaire, « j'habite

¹ Référence à la définition d'investissement dans le *Dictionnaire fondamental de la psychologie*

² Notion définie par Perla SERFATY-GARZON, *Chez soi, les territoires de l'intimité*, qui dit en parlant du « chez-soi », « ainsi Ainsi se dessine un champs de sens où la forme bâtie compte bien moins que la stabilité du séjour, le sentiment d'être protégé et le bonheur de résider au sens propre ou figuré dans un territoire d'élection. »

³ Nous entendons ici la notion développée dans un rapport de recherche par l'équipe IPAPE de l'UMR CITERES, *Espaces habités, Espaces Anticipés (EHEA)*. « Habiter » définit comme le rapport qu'entretient l'individu avec l'espace. Cet « habiter » est largement dépendant des représentations que se forge l'individu, de la perception qu'il a de son environnement physique et social. En effet, la compréhension de la réalité n'existe qu'à travers la représentation que l'individu s'en fait, et la pratique des espaces réside dès lors – évitant l'écueil déterministe – dans la mobilisation de compétences puisées dans son habiter (un « stock » d'habiter¹¹). La

donc je suis¹ » où l’auteur de cette phrase, Larceneux, souligne le fait que le logement n’est pas le résultat d’une simple transaction immobilière, il est également source « d’émotions, de projection de soi et d’organisation de la vie² ». Les personnes doivent se sentir bien dans leurs logements car elles vont rester, normalement, un certain nombre d’années. Cela représente un investissement affectif (mais aussi financier) important.

Conclusion

L’achat immobilier marque une étape de vie importante dans le cycle de vie. Il correspond à un événement marquant du ou des individus (divorce, mutation professionnel, naissance...). C’est un investissement conséquent dans la vie d’une personne, c’est son chez-soi, un lieu d’ancrage pour s’isoler de la pression du monde extérieure. La maison est un lieu où l’on passe beaucoup de temps, où l’on va y habiter plusieurs années, on doit par conséquent s’y sentir bien. Cela signifie une recherche approfondie de son futur bien immobilier, une recherche basée sur des critères aussi bien objectifs (localisation...) que subjectifs (le fait de s’y sentir bien...).

On a pu le remarquer lors de l’analyse des entretiens que les causes du coup de cœur sont très différentes selon les personnes. Néanmoins, lors du coup de cœur, c’est le côté émotionnel et affectif qui domine. La réaction des gens est certes différente, mais, ceux qui ont un coup de cœur, l’ont dès les premiers instants de la visite et vont rester sur ce bien immobilier par la suite. Ils ne vont pas chercher ailleurs, ils laissent parler leurs émotions, dépassent leurs critères initiaux, notamment celui du budget mais aussi celui de la localisation, de type de bien... D’autres personnes sont plus réfléchies, pose les choses à plat, multiplie les visites. On parlera davantage d’un coup de cœur raisonné, où la raison l’emporte sur les sentiments. Dans les deux cas, il faut souvent une part de ce « coup de cœur », une part d’émotionnelle pour déclencher l’achat. Il se révèle être un moment décisif, un point clé de la vente. D’ailleurs, les professionnels du marketing l’ont bien compris et joue sur le « coup de cœur » pour déclencher l’achat dans des domaines profitable à l’émotionnel tels que l’automobile (plutôt haut de gamme) ou la parfumerie.

On l’a vu également, le dépassement du budget n’est pas l’unique variable pour mesurer si oui ou non il y a un coup de cœur et dans quelle mesure. Certaines personnes ont un coup de cœur qui correspond au budget initial tandis que d’autres sont prêtes à augmenter leurs budgets si cela reste dans les conditions du marché immobilier, qu’il n’a pas de surestimation importante de la part du vendeur. D’autres marqueurs montrent

production et les pratiques spatiales ne sont pas sans liens avec les significations de l’espace. Ainsi le courant phénoménologique nous apprend que l’« habiter » repose sur une projection de l’individu dans l’espace, une intentionnalité envers cet espace, une appropriation, un investissement psychologique.”

¹ LARCENEUX Fabrice, *j’habite dans donc je suis*, dans Etudes Foncières, n°151 (mai-juin 2011).

² LARCENEUX Fabrice, *j’habite dans donc je suis*, dans Etudes Foncières, n°151 (mai-juin 2011), p. 1.

ainsi si les personnes ont eu un véritable coup de cœur : arrêt des visites, dépassement des critères initiaux, l'évocation rapide du coup de cœur par eux-mêmes dès les premiers instants de l'entretien. On constate donc que le coup de cœur est multiple. On peut suivre la chaîne de logique suivante : s'il y a dépassement du budget alors on peut parler de coup de cœur, en revanche la réciproque n'est pas tout à fait exacte en ce sens qu'un respect des critères et donc du budget initial n'est pas contradictoire avec le coup de cœur. C'est-à-dire qu'un non-dépassement du budget peut traduire le fait qu'il n'y a pas eu de coup de cœur et donc que l'achat a été rationnel. Néanmoins le non-dépassement du budget peut aussi indiquer que le coup de cœur peut-être raisonné, auquel cas il reste un coup de cœur mais dans les limites rationnelles fixées par les critères préalables.

De plus, outre les caractéristiques propres au logement, le coup de cœur tient compte de l'environnement immédiat. En effet, le logement s'insère dans la ville, dans un quartier. Ainsi, le coup de cœur tient également du fait de la localisation, de la proximité des services, des infrastructures de transport, de l'ambiance générale du quartier, du ressenti que les personnes ont du quartier. Sans un ressenti positif de l'environnement immédiat, il ne peut y avoir de coup de cœur.

Nous pouvons également noter à travers nos différents entretiens que pour un achat immobilier, les gens recherchent davantage une maison, de n'importe quel type (maison de ville, pavillon...) qu'un appartement. Cela peut s'expliquer du fait que la Maison, dans la culture française, est un symbole de réussite sur le plan aussi bien financier que familial. Posséder une maison en France est un aboutissement pour beaucoup de français (Djefal et Eugène¹). Larceneux explique ce succès du fait que le pavillon a un effet « cocooning » que l'on peut « aménager et personnaliser librement dans le temps et l'espace, [...] il est flexible et offre à l'habitant une vision du monde personnalisée en cohérence avec lui et réunissant des qualités symboliques et pratiques² » et ce malgré la standardisation des pavillons en France. Habiter en appartement, notamment pour les jeunes, représente souvent une étape à franchir avant de pouvoir accéder plus tard à une maison individuelle.

Il aurait également été intéressant d'approfondir la question du coup de cœur immobilier suivant le sexe mais nous avons manqué de candidats et candidates pour généraliser notre propos. Car comme le souligne Rime³, « il existe de puissants stéréotypes selon lesquels les hommes seraient moins enclins que les femmes à s'exprimer à propos de leurs émotions. » Pour autant, différentes études comme par exemple celle menée par Rime, Mesquita, Philippot et Boca dans *Beyond the emotional event : six studies on the social sharing of emotion*, *Cognition and Emotion* (1991) et par Rime, Charlet et Nils, *Adolescents' partners for the social sharing of emotion* (2004) ont montré qu'il n'y avait aucune différence notable selon le sexe. Néanmoins, ces études ont démontré que « les femmes entretiennent un réseau relativement diversifié de partenaires alors que les hommes inclinent à réserver le partage social de leurs émotions

¹ DJEFAL Sabrina et EUGENE Sonia, *Etre propriétaire de sa maison : un rêve largement partagé, quelques risques ressentis*, dans *Consommation et modes de vie*, n°177 (2004). Dans leur étude, ils montrent que malgré la standardisation des lotissements et des habitats collectifs, 93 % des français plébiscitent toujours le pavillon.

² LARCENEUX Fabrice, *j'habite dans donc je suis*, dans *Etudes Foncières*, n°151 (mai-juin 2011), p. 5

³ RIME Bernard, *Le partage social des émotions* (2005), p94.

à leur épouse ou à leur compagne¹ ». Ceci expliquerait donc pourquoi les femmes lors d'un coup de cœur le manifesteraient beaucoup plus vite, dès les premiers instants de la visite, alors qu'un homme au contraire aura tendance à garder les choses pour lui ou à ne les dévoiler qu'à son entourage le plus proche. De plus, par la présence du vendeur, il ne va pas dévoiler son émotion, au contraire de la femme qui les partage beaucoup plus facilement. Mais cela ne signifie aucunement que les hommes ne peuvent avoir de coup de cœur. Ceci viendrait de l'éducation qui est faite aux parents, lorsque « depuis leur jeune âge, on répète aux "grands garçons" qu'ils doivent masquer leurs émotions² ». De plus, cela peut s'expliquer historiquement. En effet, la manifestation des émotions autrefois était perçue comme un acte « négatif » voir même « pathologique ». Feildel le souligne dans sa thèse lorsqu'il traite de la compréhension de l'émotion, et de ses relations à l'action, en disant que « la passion, la sensibilité, le sentiment, l'émotion, bref tout ce qui se rapporte comme nous l'avons noté à la « sphère de l'affectivité » est « analysé, pensé, selon un système de valeurs [...] c'est-à-dire que les phénomènes étudiés, désignés comme des perturbations et des troubles, sont d'emblée abordés dans un sens péjoratif³ ».

Bibliographie

BIALES M. et al, *Notions fondamentales d'économie* (2004).

BLOCH et al., *Dictionnaire fondamental de la psychologie* (2002).

BUZZATI D., *Un amour trouble*, dans recueil *Le K* (1967).

CAISSE D'EPARGNE, *L'observatoire Caisse d'Epargne : Le logement, entre rêve et raison* (2008).

CORNILLET A. (sous la direction de BLANCHET P. et JUCQUOIS G.), *Discours de l'émotion, du contrôle au management. Contribution à une sociolinguistique de l'efficace*, Thèse de Doctorat en Sciences du langage, Université de Rennes 2 Haute Bretagne et de Louvain-la-Neuve (2005).

COSNIER J., *Psychologie des émotions et des sentiments* (2006).

DHAKOINE M. (sous la direction de MARTOUZET D.), *Evaluation de l'impact psychoaffectif de la disparition d'un lieu*, PFE 2011.

DJEFAL S. et EUGENE S., *Etre propriétaire de sa maison : un rêve largement partagé, quelques risques ressentis*, dans *Consommation et modes de vie*, n°177 (2004).

Equipe IPAPE de l'UMR CITERES, *Espaces habités, Espaces Anticipés (EHEA)*.

¹ RIME, MESQUITA, PHILIPPOT et BOCA dans *Beyond the emotional event : six studies on the social sharing of emotion*, *Cognition and Emotion* (1991)

² RIME Bernard, *Le partage social des émotions* (2005), p95.

³ CORNILLET Alban (2005), *Discours de l'émotion, du contrôle au management. Contribution à une sociolinguistique de l'efficace*, Thèse de Doctorat en Sciences du langage, Université de Rennes 2 Haute- Bretagne et de Louvain- la- Neuve, 574 p.

- FEILDEL B. (sous la direction de MARTOUZET D.), *Espaces et projets à l'épreuve des affects*, Thèse de doctorat en Science de l'Homme et de la Société, Université François Rabelais de Tours (2010).
- GASPERINI C. (sous la direction de FEILDEL Benoît), *Etude sur les interactions entre le rapport affectif à l'espace et la concertation autour des projets d'aménagement et d'urbanisme*, PFE 2008.
- HUME D., *Traité de la nature humaine. Livre II : des passions*, (2006).
- ONNEIN-BONNEFOY C. (sous la direction de BREE J.), *Le rôle de l'affectif dans le processus de persuasion publicitaire : la formation des attitudes lors de l'exposition à une publicité émotionnelle pour une marque inconnue*, thèse de Doctorat en Science de Gestion, Université de Paris Dauphiné (1999).
- LAPIDUS A., *La rationalité du choix passionnel : En quête de l'héritage de David Hume*, dans *L'année sociologique*, Vol. 50, n°1 (2000).
- LARCENEUX F., *j'habite donc je suis*, dans *Etudes Foncières*, n°151 (mai-juin 2011).
- LIVET P., *Emotions et rationalité morale* (2002).
- MARTOUZET D., AUDAS N., *Saisir l'affectif urbain* (2009).
- MOLES A., ROHMER E., *Psychologie de l'espace* (1973).
- MORVAL J., *Introduction à la psychologie de l'environnement* (1995).
- MOURRAL I. et MILLET L., *Petite encyclopédie philosophique* (1995).
- NUSSBAUM M., *Les émotions comme jugements de valeur*, dans Paperman Patricia, *La couleur des pensées. Sentiments, émotions, intentions*, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (1995).
- RIME B., *Le partage social des émotions* (2005).
- SANDER D., SCHERER K., *Traité de psychologie des émotions* (2009).
- SAUVAGEOT A., *L'épreuve des sens, De l'action sociale à la réalité virtuelle* (2003).
- SEGUIN C., (sous la direction de MARTOUZET D.), *Le rapport affectif au logement : la perspective de l'apparition de contraintes liées à l'âge amène-t-elle chez l'individu une remise en cause de son rapport au logement ?*, PFE 2009.
- SERFATY-GARZON P., *Chez soi, les territoires de l'intimité* (2003).

CITERES
UMR 6173
*Cités, Territoires,
Environnement et Sociétés*

Equipe IPA-PE
Ingénierie du Projet
*d'Aménagement, Paysage,
Environnement*

Directeur de recherche :
MARTOUZET Denis



Département Aménagement
35 allée Ferdinand de Lesseps
BP 30553
37205
TOURS Cedex 3

DAIGNAN Clément
GOULET Bastien

DA 5
2011-2012

Titre : Habiter et marché immobilier :
La part de l'affectif dans les transactions immobilières

Résumé :

Ce travail a pour but de montrer que le marché immobilier n'est pas un marché comme un autre, strictement rationnel, mais qu'il y a une part importante d'irrationalité, de subjectivité. Nous nous sommes intéressés au cas de l'acheteur immobilier et les mécanismes qui entrent en jeu lors du choix d'un bien immobilier. Nous nous sommes plus particulièrement basés sur le « coup de cœur » immobilier. Aujourd'hui, c'est une expression largement utilisée, c'est même devenu un outil marketing. Nous voulions savoir ce que les gens entendent par « coup de cœur », ce qui peut le déclencher, quel(s) sacrifice(s) les personnes peuvent-elles faire pour un « coup de cœur immobilier » ?

Nous avons ainsi démontré que les gens achètent nécessairement lorsqu'ils se sentent bien dans leurs futurs logements mais également dans l'environnement immédiat. Il faut que dès les premiers instants de la visite, il y ait une projection positive dans le logement, un bon ressenti. Acheter un logement est une étape de vie importante, c'est un investissement affectif et financier conséquent.

Finalement nous avons montré qu'ils existent différentes facettes du coup de cœur. Du coup de cœur émotionnel, au coup de cœur raisonné en passant par un coup de cœur financier.

Mots clés : coup de cœur – habiter – affectif – marché immobilier - logement